



FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - FATECS

CURSO: Comunicação Social

HABILITAÇÃO: Jornalismo

Planejamento visual gráfico do jornal impresso como fator para influenciar na escolha dos leitores

GUSTAVO CAVALCANTE FERNANDES
RA 2051311/6

PROF. ORIENTADOR:
LUCIANO MENDES

Brasília/DF, Outubro de 2008

GUSTAVO CAVALCANTE FERNANDES

Planejamento visual gráfico do jornal impresso
como fator para influenciar na escolha dos
leitores

Monografia apresentada como um
dos requisitos para conclusão do
curso de Comunicação Social –
área de jornalismo
do UniCEUB –Centro Universitário
de Brasília.

PROF. ORIENTADOR:
LUCIANO MENDES

Brasília/DF, Outubro de 2008

GUSTAVO CAVALCANTE FERNANDES

Planejamento visual gráfico do jornal impresso como fator para influenciar na escolha dos leitores

Monografia apresentada como um
dos requisitos para conclusão do
curso de Comunicação Social –
área de jornalismo
do UniCEUB –Centro Universitário
de Brasília.

**PROF. ORIENTADOR:
LUCIANO MENDES**

Banca examinadora:

**Prof. Luciano Mendes
Orientador**

**Prof. Alexandre Ribeiro
Examinador**

**Prof. André Ramos
Examinador(a)**

Brasília/DF,de.....de 2008

Desde o início desta caminhada, nunca estive sozinho. Sempre tive o apoio dos que me amam. Em especial meu pai João Fernandes e minha mãe Aldeniza, que com muita dedicação e carinho, não mediram esforços para que eu completasse mais esta etapa de minha vida, a minha noiva Karina, com suas palavras de amor e incentivo. A essas pessoas dedico este meu trabalho.

Primeiramente agradeço a Deus por ter me abençoado durante esta caminhada. Ao professor e orientador Luciano Mendes que muito acrescentou para a execução e conclusão desta monografia.

RESUMO

As capas dos jornais são como embalagens de produtos que ficam nas prateleiras, no entanto é necessário um cuidado todo especial na produção destas. Portanto é nela que deverá conter elementos para atrair os leitores para o seu texto. Acertar na distribuição dos elementos que irão compor a página é o que irá produzir um *design* atraente capaz de chamar a atenção do leitor. É preciso muita técnica e profissionalismo para chegar esse ponto de saber escolher adequadamente os elementos e atribuir equilíbrio em sua distribuição. Para conseguir atrair e manter novos leitores e chamar a atenção destes. O propósito desta pesquisa é fazer um estudo do planejamento gráfico utilizado nos jornais *Correio Braziliense* e *Folha de São Paulo*, durante o período de 25 a 31 de agosto de 2008, para identificar o papel do design gráfico para atrair a atenção dos leitores. Foi realizada uma pesquisa de campo com um questionário dirigido a cinquenta pessoas com intuito de apontar se realmente a programação visual das capas dos jornais tem como papel chamar a atenção dos leitores e conseqüentemente aumentar as vendas dos diários.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	8
1.1 Tema e delimitação do tema.....	8
1.2 Problema de Pesquisa.....	8
1.3 Justificativa	9
1.4 Objetivos.....	9
1.4.1 Objetivo geral	9
1.4.2 Objetivos específicos	9
1.5 Hipótese.....	9
2. METODOLOGIA.....	10
3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	12
3.1 Planejamento visual gráfico	12
3.2 Tipografia.....	14
3.3 Cores	15
3.4 História do Impresso no Brasil	16
4. ANÁLISE E DISCUSSÃO.....	18
4.1 Capas do Correio Braziliense	18
4.2 Capas da Folha de São Paulo	36
5. CONCLUSÕES	55
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	56

1. INTRODUÇÃO

O planejamento gráfico em jornais impressos é realizado com muito estudo e técnica. A distribuição das fotos e textos na página do jornal, não é feita de forma aleatória. Os espaços são previamente programados, inclusive para o uso de publicidade. As editorias são separadas por cores e capas diferentes.

A proposta desta pesquisa é fazer um estudo do planejamento gráfico utilizado nos jornais *Correio Braziliense* e *Folha de São Paulo*, de 25 a 31 de agosto de 2008, para identificar o papel do design gráfico para atrair a atenção dos leitores. Será realizada uma pesquisa de campo com um questionário dirigido a cinquenta pessoas com intuito de apontar se realmente a programação visual das capas dos jornais tem como papel chamar a atenção dos leitores e conseqüentemente aumentar as vendas dos diários.

A análise buscará traduzir a real importância do planejamento gráfico e as etapas de criação gráfica dos jornais abordados. Como resultado, a pesquisa deverá concluir se o planejamento gráfico dos jornais abordados possui um papel importante para conseguir atingir o público alvo.

1.1 Tema e delimitação do tema

A influência do planejamento visual gráfico do jornal impresso para chamar a atenção dos leitores. Uma comparação entre as capas dos jornais *Correio Braziliense* e *Folha de São Paulo* de 25 a 31 de agosto de 2008.

1.2 Problema de Pesquisa

A influência do planejamento gráfico do jornal impresso para chamar a atenção dos leitores.

1.3 Justificativa

O trabalho proposto tem como principais beneficiários os leitores dos jornais impressos abordados na pesquisa e todos os demais que circulam em Brasília. Através da análise se poderá ter uma visão mais detalhada sobre qual o papel do planejamento gráfico desses veículos.

Para isso esta pesquisa deve revelar os motivos das distribuições de texto e imagens em uma página, e o efeito que isso causa nos leitores.

O planejamento da estrutura onde será destinado o noticiário é tão importante quanto a própria notícia.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo geral

Verificar o planejamento gráfico das capas do Correio Braziliense e da Folha de São Paulo, durante uma semana entre os dias 25 a 31 de agosto de 2008 e apresentar a influência desse conjunto de técnicas e linguagens sobre os leitores.

1.4.2 Objetivos específicos

- Analisar a distribuição dos textos e imagens nas capas;
- Analisar o possível impacto de um planejamento gráfico nos leitores;

1.5 Hipótese

O planejamento gráfico é significativo a ponto de tornar a percepção do leitor diferente.

2. METODOLOGIA

A metodologia utilizada na realização deste trabalho foi um estudo comparativo que compõe pesquisa qualitativa e exploratória, através de pesquisa bibliográfica sobre o processo de produção de um impresso e entrevistas a cinquenta leitores de jornais.

O método escolhido para o desenvolvimento do trabalho foi o estudo de caso, pois o tipo da pergunta problema a ser respondida pela pesquisa é da forma “como” e/ou “por quê?”. Esta categoria de pesquisa tem como objetivo uma unidade de análise profunda. E tem como característica o estudo de uma entidade, um programa, instituição, sistema educativo, indivíduo ou unidade social. A investigação é feita sobre uma situação particular, com intuito de desvendar o que há de mais característico e essencial em tal situação.

A análise possui como fonte de informação a pesquisa bibliográfica, qualitativa e aplicada, que serve de base teórica para argumentação, e uma análise mais aprofundada dos objetos de pesquisa, as capas dos jornais Correio Braziliense e Folha de São Paulo.

Segundo Lúcia Santaella (2001, p. 132)

[...] método da pesquisa científica não é outra coisa do que a elaboração, consciente e organizada, dos diversos procedimentos que nos orientam para realizar o ato reflexivo, isto é, a operação discursiva de novamente.

Partindo-se, portanto, para uma análise mais profunda das capas do Correio Braziliense e Folha de São Paulo de sete capas desses veículos do ano de 2008, do dia 25 a 31 de agosto (segunda-feira a domingo). Foram entrevistadas cinquenta pessoas, na tentativa de medir como tais capas chamam a atenção dos leitores.

Foram entrevistados professores e funcionários do Centro de Ensino Fundamental 308 localizado no Recanto das Emas, com faixa etária entre 26 a 53 anos. E também participaram da pesquisa funcionários da FUNCEF (Fundação dos Economistas Federais), advogados e estagiários de faixa etária entre 22 a 38 anos de idade. A escolha dos participantes da pesquisa

partiu do princípio de que todas as pessoas a serem questionadas deveriam ser leitores de jornal. Como o tempo para realização da pesquisa era escasso e como forma de otimizá-lo e atingir um número significativo de entrevistados, foi buscado lugares de grande concentração de leitores de jornais como já citado anteriormente em uma escola e empresa de grande porte.

A pesquisa foi realizada da seguinte forma: no primeiro momento era explicado aos participantes o motivo da entrevista e em seguida apresentado o questionário a ser preenchido. O próximo passo adotado foi a apresentação das sete capas do jornal Correio Braziliense. Todos os participantes analisavam as capas e respondiam o questionário de acordo com suas percepções sobre a capa escolhida. Logo após se dava a apresentação das sete capas do jornal Folha de São Paulo e o mesmo procedimento adotado anteriormente era aplicado.

De posse de todos os dados dos cinquenta participantes da pesquisa, partiu-se então a montar o trabalho de pesquisa. Relacionando as capas escolhidas com os devidos motivos.

Segue questionário utilizado na pesquisa:

Questionário

Nome: _____

Idade: _____

Profissão: _____

1. Qual dentre as capas apresentadas lhe chamou mais atenção?

A () B () C () D () E () F () G ()

2. O que te levou a escolher esta capa?

Cor () Foto () Manchete () Tipo da letra () Texto ()

3. Você compraria esse jornal apenas por ter gostado da capa?

Sim () Não ()

4. Em sua opinião as capas de jornais são feitas para obterem mais vendas?

Sim () Não ()

3. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 Planejamento visual gráfico

Tendo em vista que a principal implicação da presente discussão está relacionada à maneira que as capas de jornais são produzidas, cabe registrar alguns comentários sobre o que vem a ser o planejamento visual gráfico e suas aplicações.

O planejamento visual gráfico é muito mais complexo do que se imagina. É uma arte que integra texto, ilustração, cor e espaço com intuito de tornar a mensagem mais leve, agradável e legível.

Como etapa do Planejamento visual gráfico a diagramação, então, pode ser entendida como um projeto do que será realizado no impresso. Assim colaciona Milton Ribeiro em *Planejamento Visual Gráfico sobre a Diagramação*,

[...] Também chamada maquete, boneca ou espelho é o projeto de trabalho através do qual será feita a editoração ou paginação de um impresso. Para isso torna-se necessário conhecimento técnico e artístico dos meios de comunicação gráfica, tais como o papel, tinta, tipos e sistema de reprodução, organizados esteticamente. (2003, p. 7)

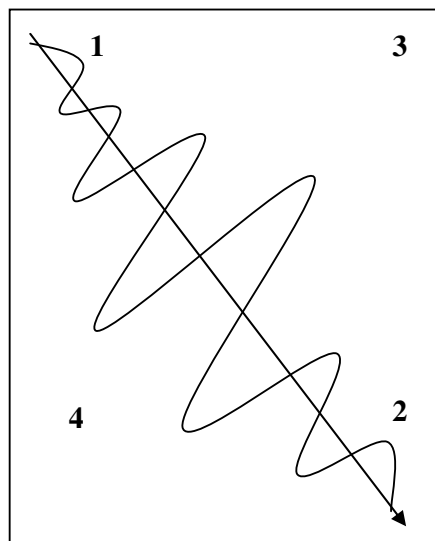
Nesta etapa do planejamento gráfico, a diagramação, é onde se realiza uma espécie de maquete da distribuição de todos os elementos que serão utilizados no impresso como, por exemplo, fotos, textos, tipografias e ilustrações, através de critérios visuais e jornalísticos.

Acertar na distribuição desses elementos na página é o que irá produzir um *design* atraente capaz de chamar a atenção do leitor. É o que comenta Antonio Celso Collaro em *Projeto Gráfico* sobre o que a Diagramação deve apresentar,

[...] A justaposição dos elementos de uma página deve apresentar um *design* tão atraente que seja capaz de incitar à leitura. Assim sendo, a zona visual, devido à sua localização privilegiada, é por si só forte para reter a atenção e interesse do leitor. (2000, p. 163)

Aqui Collaro comenta sobre a importância da zona visual primária, tomando como base o hábito de leitura, e a maneira que os olhos se movimentam nas regiões de maior interesse na folha impressa ou escrita. Collaro (2000, p. 163) define a zona visual primária como “aquela área superior à esquerda que retém em primeiro lugar, a atenção do leitor.”

Para ilustrar a zona visual da página, é como traçar uma diagonal sobre um retângulo, que seria a página que será diagramada. A trajetória dessa diagonal é como os olhos se movimentam nas regiões da folha (figura 1).



- 1. Zona óptica primária
- 2. Zona terminal, para onde se move a vista, uma diagonal de leitura.
- 3 e 4. Zonas mortas ou cantos sem atração, que supõe sinais mais fortes para despertar o interesse do leitor.

Figura 1. Zona visual da página

No canto superior esquerdo encontra-se a zona visual primária. Na parte inferior direita é chamada zona terminal, para onde se move a vista, em uma diagonal de leitura. E na parte superior direita e inferior esquerda da página é chamada de zonas mortas ou canto sem atração.

No entanto, Collaro aborda que nas zonas mortas é onde deverão ser colocados os sinais mais fortes para despertar o interesse do leitor. Collaro (2000, p. 163) define “Como a página deve ser um conjunto harmônicos de valores, tanto na zona terminal, como nas zonas mortas, precisa reunir matéria do maior interesse a fim de manter viva na página a atenção do leitor”.

Collaro ainda define em *Projeto Gráfico* que “O título do jornal merece atenção especial, tendo em vista a importância que eles apresentam no campo editorial” (2000, p.163).

Nos jornais impressos a primeira página é uma espécie de embalagem do produto, portanto é nela que deverá conter elementos para atrair os leitores para o seu texto. Ribeiro (2003, p.310) define que “a esta página, onde constam as informações mais importantes, que cativam a atenção do leitor”.

No entanto, ele comenta que na primeira página do jornal impresso, deve-se dar um tratamento especial e destacado.

3.2 Tipografia

A tipografia consiste na escolha do tipo de letra que será utilizada na composição do texto. A tipografia tem como função elucidar e enobrecer o texto quando for aplicada de maneira adequada. Para Robert Bringhurst em *Elementos do estilo tipográfico*, “[...] palavras bem escolhidas merecem letras bem escolhidas[...] ” (2005, p. 24). Em um jornal a matéria-prima é o texto. No entanto, é preciso muito cuidado na escolha do tipo da fonte que será utilizada, para prender a atenção de seus leitores.

Collaro (2000, p. 20) divide as famílias tipográficas em, “Romana antiga, Romana moderna, Egípcia, Lapidária e Cursiva”.

No entanto ele coloca que trabalhar a tipologia não é simplesmente escolher letras em mostruários. Collaro (2000, p. 17) “Para essa tarefa, é necessária uma profunda reflexão cultural, social e até ambiental, que influenciam na opção da escolha”.

Como exemplo ele indaga se os caracteres utilizados em um anúncio publicitário no verão teriam o mesmo efeito no inverno. Para Collaro (2000, p. 17) “Num país tropical, talvez a diferença não seja tão acentuada, mais num país de fortes oscilações de temperaturas, a influência pode ser fortemente sentida”.

Trazendo para o jornal impresso essa preocupação também é válida, pois é necessário conhecer muitas famílias tipográficas e suas aplicações, para

não pecar na escolha e prejudicar a leitura dos textos utilizados no Jornal. Para Collaro (2000, p. 164) “A família de tipos que um jornal usa nos títulos influi decisivamente no aspecto do mesmo. A escolha deve ser cuidadosa, porque antes de ser lido, o jornal é olhado”.

Segundo Ribeiro (2003, p. 56) “A finalidade da tipografia consiste em apresentar o pensamento escrito sob uma forma ordenada, clara e equilibrada, que facilite a leitura e, gratificamente, concorde com seu espírito”.

De acordo com Ribeiro os tipos mais apropriados deverão ser claros, simples e legíveis. Levando em consideração o seu tamanho, ou corpo, a sua disposição, os títulos, em contrastes e harmonia entre os espaços em branco e o trabalho de uma maneira geral, pois, “a forma dos caracteres tipográficos podem falar, dar sons e expressões [...]” (Ribeiro, 2003, p. 56).

Para obter sucesso no trabalho final de uma página impressa é necessário um somatório de vários fatores. Segundo Antonio Celso Collaro em *Projeto Gráfico* um fator preponderante para alcançar o chamado sucesso da página é a escolha tipográfica,

[...] O sucesso de uma peça impressa é resultado de ousadia, mas sempre com conhecimento de causa, pois o profissionalismo não pode estar aliado à sorte. Podemos ter um sistema de composição altamente sofisticado, fotolitos de primeira geração, com alta definição, suporte de qualidade, porém todos esses componentes estarão sendo desperdiçados se os impressos não forem projetados com equilíbrio e proporção. A escolha tipológica é fator preponderante no aspecto visual do trabalho. (2000, p. 17)

3.3 Cores

A cor tem como definição científica uma percepção visual que é provocada através da ação de um feixe de fótons que encontram as células específicas da retina, que através de informação obtida no nervo óptico transmitem impressões para o sistema nervoso. (Pedrosa, 2002, p.17).

Segundo Israel Pedrosa em *Da cor à Cor Inexistente* “A cor não tem existência material: é apenas sensação produzida por certas organizações nervosas sob a ação da luz” (2002, p. 17).

Para Collaro (2000, p. 73) na mídia impressa as cores possuem as seguintes classificações na mistura subtrativa: “Cores primárias o amarelo, o magenta e o cian, cores Secundárias o vermelho, o verde e o azul violeta”. Ele ainda coloca que as possíveis misturas de cores primárias obtêm-se cores secundárias, terciárias e assim por diante.

Para um planejamento gráfico bem executado é preciso que exista uma harmonia entre as cores escolhidas. Segundo Collaro (2000, p. 73) “Usar a cor levando em conta os conceitos de harmonia e contraste leva o produto a atingir seus objetivos.”

Collaro ainda destaca que se torna evidente que o uso de outros elementos forma o conjunto harmonioso, mas para ele a cor é fator preponderante em comunicação social.

O uso da cor não é determinado através de normas, porém segundo Collaro (2000, p. 73) “os conceitos sensitivos transmitidos em relação a alegria, tristeza, seriedade, agitação, movimento, etc., produzem uma reação que deve ser perseguida quando elaboramos um projeto qualquer”.

No entanto ao elaborar o projeto de uma capa de jornal é preciso levar em conta o conteúdo da matéria a que o título se refere, e tentar traduzir na cor que será utilizada a sensação que ele representa.

3.4 História do Impresso no Brasil

No Brasil a imprensa nasceu de forma tardia e diferente dos primeiros jornais da Europa no início do século XVII. Enquanto em outras partes do mundo o impreso chegou para fortalecer a classe mercantil que adentrava no cenário histórico, no Brasil a imprensa veio no começo do século XIX (1808) com uma roupagem política. Callado *in Caldas*(2002, p.42)

No início do jornalismo brasileiro, os jornais eram de políticos que os utilizavam para propagar suas idéias. O jornal pioneiro que era produzido por brasileiro e direcionado ao público brasileiro, era o *Correio Braziliense*. Foi lançado em 1º de junho de 1808, na cidade de Londres, por Hipólito José da Costa. Callado *in Caldas*(2002, p.42)

Três meses após o lançamento do *Correio Braziliense* foi veiculado o primeiro impresso produzido no Brasil a *Gazeta do Rio de Janeiro*, fundada em 10 de setembro de 1808. Callado *in Caldas*(2002, p.42)

Em seguida vários jornalistas foram criando seus próprios jornais. Cipriano Batata e Frei Caneca, fundadores do estilo jornalístico-panfletários; posteriormente surgiram jornais que existem até hoje como o *Jornal do Commercio* de 1869 e o *Jornal do Brasil*. Callado *in Caldas*(2002, p.42)

Inicialmente os jornais eram produzidos de maneira artesanal. Através da evolução tecnológica que atingiram também as redações. Os jornais sofreram alterações significativas no que diz respeito ao seu processo de produção. Novos *softwares* foram implantados na produção diária dos jornais o que proporcionou agilidade e qualidade final na produção de jornais.

4. ANÁLISE E DISCUSSÃO

Na análise comparativa feita entre as capas dos jornais Correio Braziliense e Folha de São Paulo, 7 capas de cada jornal no período de uma semana foram objeto de pesquisa.

Durante a realização da pesquisa foi constatado que para medir quais capas obtiveram o maior poder de atração entre os leitores, somente o uso de pesquisa bibliográficas sobre as técnicas mais indicadas para tal fim não era suficiente.

No entanto como forma de aferir quais capas chamaram mais atenção dos leitores, foram entrevistadas 50 pessoas, que escolheram dentre as 7 capas dos jornais Correio Braziliense e Folha de São Paulo as que mais atraíram seu interesse segundo cinco tópicos: cor, foto, manchete, tipo da letra e texto. Ainda foi perguntado se compraria o jornal apenas por ter gostado da capa, e também se as capas de jornais eram feitas para obterem mais vendas.

4.1 Capas do Correio Braziliense

São ao todo sete capas analisadas do ano de 2008, do dia 25 a 31 de agosto (segunda-feira a domingo). Para a realização das entrevistas as capas foram nomeadas da seguinte forma, a começar da capa do dia 25 foi renomeada pela letra “A” e as seguintes pela ordem alfabética até a capa do dia 31 que foi demarcada com a letra “G”.

Os resultados obtidos foram:

CAPA “A”:



Figura 2. 25 de agosto de 2008

Nesta capa é dado um destaque especial nas fotos aplicadas. Foi explorado a zona óptica primária com a foto da seleção Brasileira de vôlei. Na zona morta “3” como maneira de atrair o leitor foi utilizado uma manchete impactante sobre desperdício de dinheiro público. Na zona morta “4” foi utilizado uma imagem do mesmo tamanho da utilizada na zona primária e com o mesmo contexto para gerar mais atração a esta zona. E por último na zona terminal da página foi utilizado uma imagem de tamanho menor, porém nessa parte da página não é necessário um apelo maior a atenção do leitor pois de acordo com Collaro (2000, p. 163), e nessa parte onde termina a orientação visual do leitor.

Sobre a tipografia, foi utilizada nesta capa como maior destaque tipos sem serifa na cor vermelha e de corpo maior aos outro tipo utilizados na capa, como forma de destacar a matéria principal da capa.

Em relação as cores utilizadas na capa, como a matéria principal foi sobre os jogos olímpicos de Pequim, foi trabalhado uma arte que remete aos jogos, na cor predominante vermelho, e para trazer harmonia a capa a cor utilizada nos títulos dessa matéria também foi o vermelho.

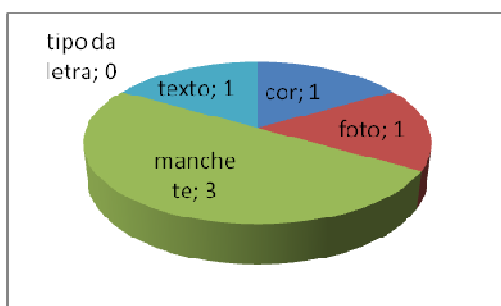
Dentre as 50 pessoas entrevistadas, 6 pessoas escolheram esta capa, sendo que uma mulher e cinco homens. Os motivos da escolha foram, uma pela cor, uma pessoa escolheu tal capa pela foto, três participantes da pesquisa selecionaram a capa pela manchete e um entrevistado pelo texto.

Quando questionados se comprariam o jornal por apenas ter gostado da capa cinco participantes da pesquisa disseram que não e um que sim.

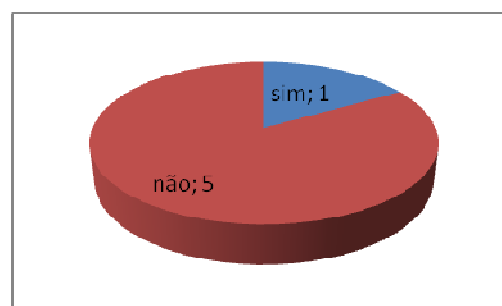
A respeito do último questionamento todos os entrevistados opinaram que as capas dos jornais são feitas para obterem mais vendas.

Dentre os seis participantes que optaram por essa capa o aspecto que mais influenciou na escolha da capa foi a manchete, com 3 escolhas seguido com igualdade de escolha do texto, cor e foto. Todos com um voto. No entanto por mais que as imagens foram amplamente exploradas nessa capa, o que mais motivou a escolha dos participantes foi a manchete.

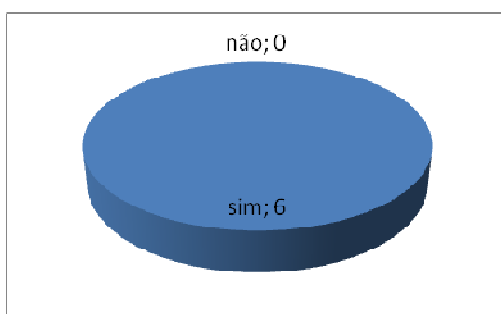
Seguem abaixo gráficos para a melhor visualização:



Resultados 2ª pergunta do questionário



Resultados 3ª pergunta do questionário



Resultados 4ª pergunta do questionário

CAPA “B”:



Figura 3. 26 de agosto de 2008

Nesta capa, a princípio o destaque maior foi dado a manchete centralizada na parte de cima da capa, referente aos descontos aplicados as contas de luz. Foi ocupado toda zona óptica primária e a zona morta “3” da página. Na intenção de amenizar a falta de interesse do leitor a esta parte da página, unindo o conteúdo da parte que mais atrai o leitor, a uma parte que não apresenta tanto poder de atração para o leitor. No segundo momento, foi utilizado uma foto impactante de um acidente envolvendo ônibus escolar que levava crianças a escola e ocupou todas as colunas do jornal e ficou posicionada em uma zona óptica intermediária da página.

A respeito da tipografia, foi utilizado no título da matéria principal da capa tipo da família lapidárias ou bastões, que possuem ausência de serifas. E nas demais chamadas foram utilizadas grupos das famílias Romanas Antigas que se caracterizam como tipos que possuem serifas com desenhos triangular e as hastes, traves e curvas apresentam suave contrastes entre si.

A respeito das cores utilizadas na capa, como a imagem apresentada é sobre um fato chocante, as cores acompanham esse tom e predomina a cor preta nesta capa.

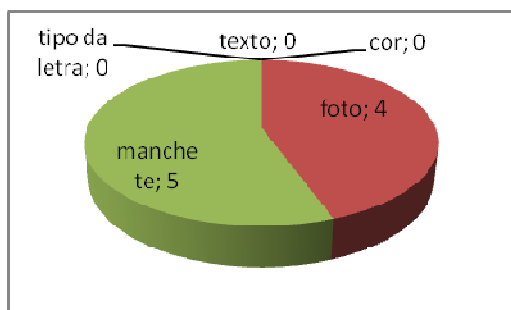
Dentre as 50 pessoas entrevistadas, 9 participantes escolheram esta capa, sendo que oito mulheres e um homem. Os motivos da escolha foram, para cinco entrevistados pela manchete e quatro pessoas optaram pela foto.

Quando questionados se comprariam o jornal por apenas ter gostado da capa cinco participantes da pesquisa disseram que não e quatro optaram que sim.

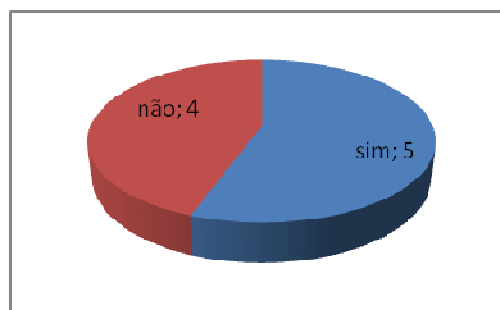
A respeito do último questionamento todos os entrevistados opinaram que as capas dos jornais são feitas para obterem mais vendas.

Nesta capa o total de nove pessoas que a escolheram ficaram divididas entre a manchete e a foto, porém a manchete obteve 5 votos como fator predominante para a escolha e a foto restaram 4 votos. Nesta página a exemplo da anterior, a foto apesar de ter um apelo emocional muito forte não foi o que mais motivou os participantes da pesquisa a optarem pela mesma e sim a manchete foi o fator que mais influenciou na escolha.

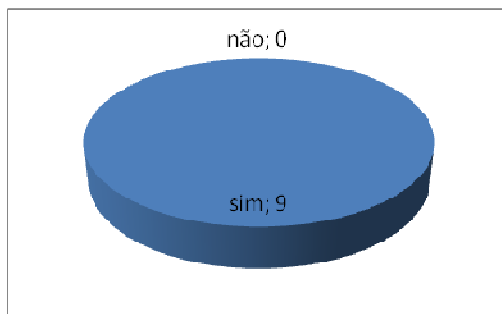
Seguem abaixo gráficos para a melhor visualização:



Resultados 2ª pergunta do questionário



Resultados 3ª pergunta do questionário



Resultados 4ª pergunta do questionário

CAPA “C”:



Figura 4. 27 de agosto de 2008

Nesta capa a exemplo da anterior foi utilizado uma manchete de teor polêmico na parte de cima da página, ocupando a zona óptica primária e a zona morta “3”, atraindo o leitor a essa zona morta pelo conteúdo que origina a zona que teoricamente desperte maior interesse do leitor. Na parte inferior da página foi utilizado uma foto de uma atleta brasileira que conquistou uma medalha nos jogos olímpicos de Pequim. Foi a única foto utilizada nesta capa, porém de forte apelo emocional.

A tipografia utilizada na página segue a mesma regra das demais: em títulos principais são empregadas tipos da família lapidária sem serifa, e nos demais textos de chamada de capa foram utilizadas tipologia da família romana com serifa.

As cores predominantes nesta página foram o vermelho e preto. Mais uma vez o vermelho foi bastante utilizado por fazer alusão aos jogos olímpicos de Pequim, pois na foto principal da capa está presente uma atleta que participou dos jogos. O vermelho está presente em sua medalha, nas letras presentes na faixa, que constam na foto e no fio que foi colocado sob a chamada desta imagem.

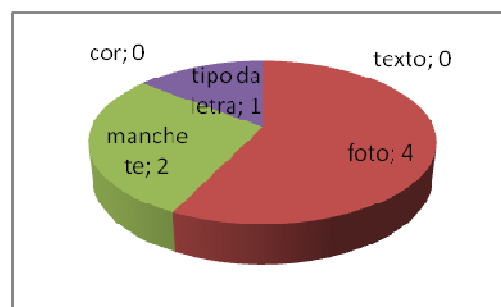
Dentre as 50 pessoas entrevistadas, 7 participantes escolheram esta capa, sendo que cinco mulheres e dois homens. Os motivos da escolha foram, quatro entrevistados pela foto, dois participantes pela manchete e uma pessoa pelo tipo de letra.

Quando questionados se comprariam o jornal por apenas ter gostado da capa cinco participantes da pesquisa disseram que não e duas responderam que sim.

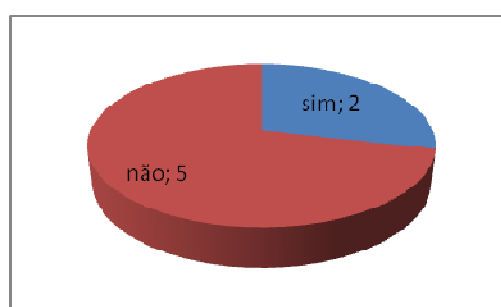
A respeito do último questionamento todos os entrevistados opinaram que as capas dos jornais são feitas para obterem mais vendas.

Esta página agradou a 7 participantes da pesquisa. Diferentemente da capa anterior dessa vez a foto foi o fator que mais influenciou na escolha das pessoas, atingiu 4 votos.

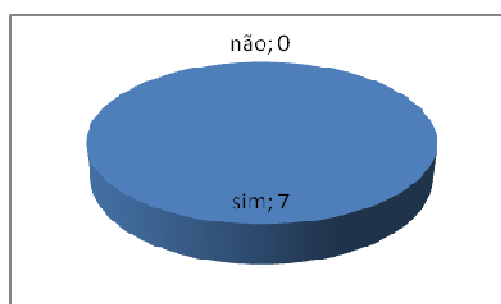
Seguem abaixo gráficos para a melhor visualização:



Resultados 2º pergunta do questionário



Resultados 3º pergunta do questionário



Resultados 4º pergunta do questionário

CAPA “D” :



Figura 5. 28 de agosto de 2008

Nesta capa a exemplo das anteriores foi utilizado uma manchete de teor polêmico na parte de cima da página, ocupando a zona óptica primária e a zona morta “3”. Atraindo o leitor a essa zona morta pelo conteúdo que origina a zona que teoricamente desperta maior interesse do leitor. Na parte inferior da página foi utilizado uma foto de maior destaque sobre o dia mais quente do ano em Brasília. Caricaturas do candidato a presidência dos EUA Barack Obama e de Martin Luther King foram colocadas na zona terminal da página.

A tipografia utilizada na página segue a mesma regra das demais: em títulos principais são empregadas tipos da família lapidária sem serifa, e nos

demais textos de chamada de capa foram utilizadas tipologia da família romana com serifa.

As cores utilizadas na capa predominantemente foram o preto, o azul e alguns tons de amarelo e vermelho. Diferente da capa anterior, nenhuma cor foi aplicada em alusão a matéria em que se trata.

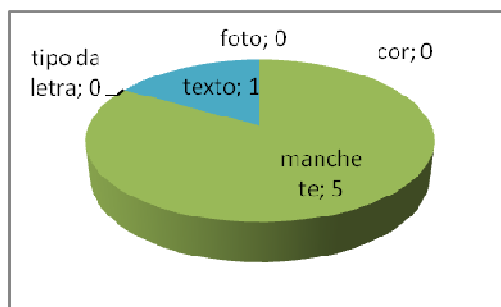
Dentre as 50 pessoas entrevistadas, 6 participantes escolheram esta capa, sendo que cinco homens e uma mulher. Os motivos da escolha foram, cinco entrevistados pela manchete e um participante pelo texto.

Quando questionados se comprariam o jornal por apenas ter gostado da capa três participantes da pesquisa disseram que sim e também três responderam que não.

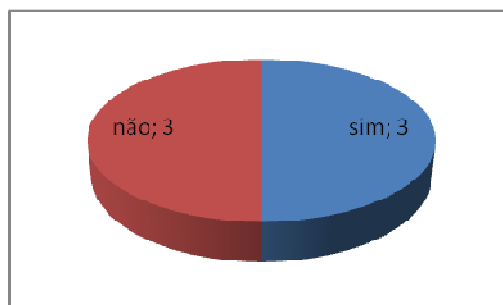
A respeito do último questionamento, apenas um participante da entrevista respondeu que as capas dos jornais não são feitas para obterem mais vendas.

Esta página foi escolhida por 6 participantes, e o fator que foi predominante mais uma vez para a escolha da capa foi a manchete, 5 votos. Apesar da foto indicando o dia mais seco do ano da cidade que ficou localizada em uma zona intermediária mais precisamente no centro óptico da página e de caricaturas de personagens importantes da política atual localizadas na segunda zona de maior atração ao leitor, as mesmas não foram suficientes para atingir a percepção do leitor a estes elementos.

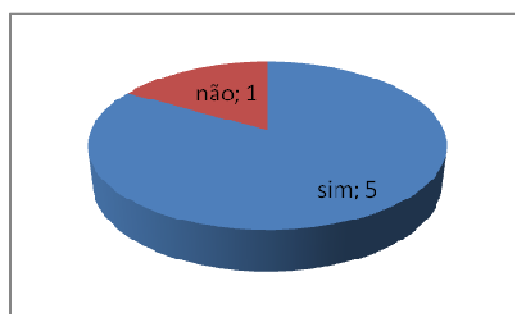
Seguem abaixo gráficos para a melhor visualização:



Resultados 2º pergunta do questionário



Resultados 3ª pergunta do questionário



Resultados 4ª pergunta do questionário

CAPA “E”:



Figura 6. 29 de agosto de 2008

Fica fácil de se perceber que é uma prática comum do Jornal Correio Braziliense apresentar em suas capas uma manchete de teor polêmico na parte de cima da página, ocupando a zona óptica primária e a zona morta “3”. Esta capa é mais um exemplo dessa operação. Como nas outras pesquisadas, uma foto com grande destaque ocupa grande parte da página: desta vez uma foto em preto e branco de um flagrante da invasão do exército na UnB em 1968.

A tipografia utilizada na página segue a mesma regra das demais: em títulos principais são empregadas tipos da família lapidária sem serifa e nos

demais textos de chamada de capa foram utilizadas tipologia da família romana com serifa.

A respeito das cores utilizadas nesta página predomina o preto e vermelho. Desta vez as cores foram utilizadas para traduzir o teor da foto aplicada na capa. Por se tratar de um assunto pesado, cheio de aspectos negativos, foi utilizado o preto sob o vermelho que provoca uma atmosfera carregada, na intenção de transmitir a sensação que a matéria representa.

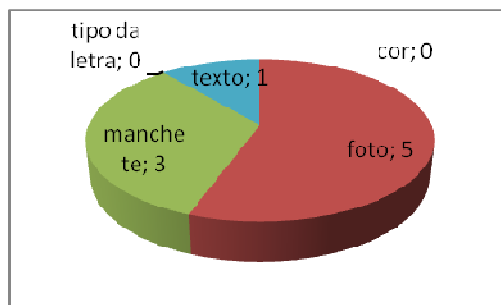
Dentre as 50 pessoas entrevistadas, 9 participantes escolheram esta capa, sendo que cinco homens e quatro mulheres. Os motivos da escolha foram, cinco entrevistados pela foto, três pessoas pela manchete e um participante pelo texto.

Quando questionados se comprariam o jornal por apenas ter gostado da capa, sete participantes da pesquisa disseram que não e duas pessoas responderam que sim.

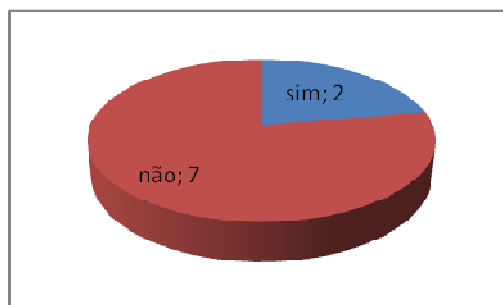
A respeito do último questionamento todos os entrevistados opinaram que as capas dos jornais são feitas para obterem mais vendas.

Esta capa foi eleita por 9 participantes como a que mais os agradaram. O fator que foi predominante na escolha desta capa foi a foto com 5 votos. A imagem localizada no centro óptico da página conseguiu atrair a atenção da maioria dos leitores que optaram por ela.

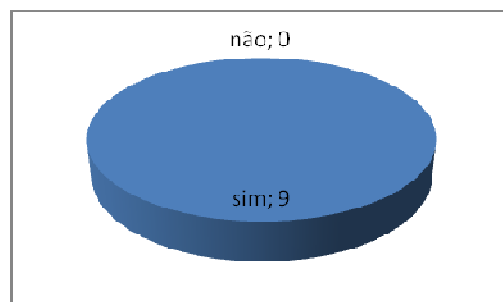
Seguem abaixo gráficos para a melhor visualização:



Resultados 2º pergunta do questionário



Resultados 3ª pergunta do questionário



Resultados 4ª pergunta do questionário

CAPA “F”:



Figura 7. 30 de agosto de 2008

Esta capa apresenta-se um pouco diferente das demais. No lugar de uma manchete no parte superior da página é apresentado três chamadas sobre o pacote do governo Lula que oferecerá mais vagas para o serviço público e aumento de salário aos servidores. Essas manchetes ocupam toda a parte superior da capa e preenchem a zona óptica primária e a zona morta “3”. Na parte inferior da página é utilizado uma foto que ocupa quatro colunas, com uma margem na cor vermelha. Na zona terminal da página foi colocada uma imagem sobre as eleições presidenciais dos Estados Unidos.

A tipografia utilizada na página também é apresentada de forma diferente das demais: os títulos principais desta vez foram empregados tipos da

família romana com serifa e nos títulos de menor importância na página foram utilizados tipos da família lapidária sem serifa.

As cores que foram utilizadas na capa mais uma vez é predominante o vermelho e o preto, porém aqui o vermelho tem como função destacar os textos que apresentam esta cor.

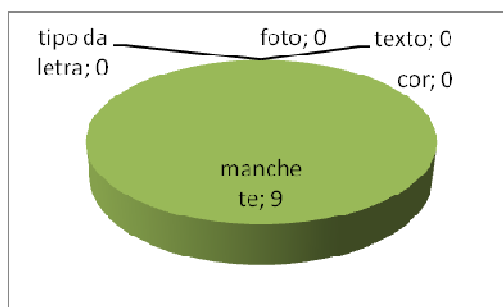
Dentre as 50 pessoas entrevistadas, 9 participantes escolheram esta capa, sendo que oito mulheres e um homem. Todos os participantes escolheram a capa por causa da manchete.

Quando questionados se comprariam o jornal por apenas ter gostado da capa, seis entrevistados disseram que sim e três pessoas responderam que não.

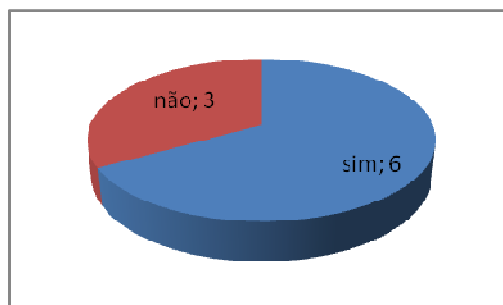
A respeito do último questionamento apenas um participante da entrevista respondeu que as capas dos jornais não são feitas para obterem mais vendas.

Esta capa foi escolhida por nove participantes da pesquisa e todos indicaram como fator predominante que levaram a optar por esta capa a manchete, pois era apresentado oferta de novas vagas ao setor público. No entanto nesta página nenhum fator do planejamento gráfico influenciou na escolha dos leitores.

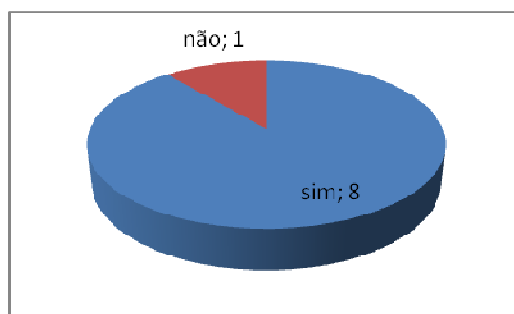
Seguem abaixo gráficos para a melhor visualização:



Resultados 2º pergunta do questionário



Resultados 3º pergunta do questionário



Resultados 4º pergunta do questionário

CAPA “G” :



Figura 8. 31 de agosto de 2008

Por se tratar da capa de domingo, esta página apresenta um pouco mais de informações que as demais. No topo da página é apresentado uma chamada com sequência de três fotos muito coloridas, porém a disposição da

manchete principal localizada na parte superior da página se repete. Na parte inferior da página, como já percebido nas capas anteriores, existe a disposição de uma foto localizada no centro da página. Desta vez a imagem vem acompanhada de uma margem preta. Na zona terminal é apresentando uma chamada do suplemento do jornal com uma pequena foto e uma chamada em destaque sobre jogo de futebol.

A tipografia utilizada na página contempla os títulos principais com tipos da família lapidária sem serifa e nos demais textos de chamada de capa foram utilizadas tipologia da família romana com serifa.

Nesta capa o uso das cores foi além do preto é vermelho bastante utilizado nas outras capas analisadas. Logo no topo da página é apresentado uma sequência de três fotos com cores diversas. Na foto em maior tamanho, por se tratar de uma tragédia, foi utilizada uma margem preta em torno da imagem para traduzir a sensação provocada pela foto.

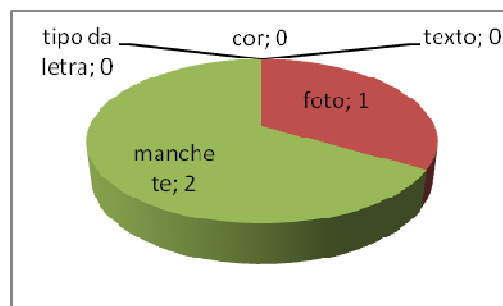
Dentre as 50 pessoas entrevistadas, 3 participantes da pesquisa escolheram esta capa, sendo que duas mulheres e um homem. Os motivos da escolha foram, dois entrevistados pela manchete e uma pessoa pela foto.

Quando questionados se comprariam o jornal por apenas ter gostado da capa, todos participantes da pesquisa disseram que não.

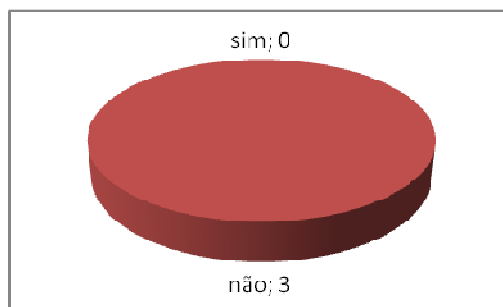
A respeito do último questionamento todos os entrevistados opinaram que as capas dos jornais são feitas para obterem mais vendas.

Apesar de apresentar mais cores que as demais capas, mais uma vez o fator que foi predominante na escolha dos participantes da pesquisa foi a manchete que recebeu dois votos dentre as três pessoas que escolheram esta página.

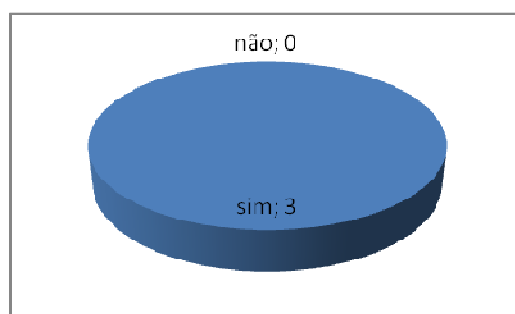
Seguem abaixo gráficos para a melhor visualização:



Resultados 2º pergunta do questionário



Resultados 3ª pergunta do questionário



Resultados 4ª pergunta do questionário

4.2 Capas da Folha de São Paulo

São ao todo sete capas analisadas do ano de 2008, do dia 25 a 31 de agosto (segunda-feira a domingo). Para a realização das entrevistas as capas foram nomeadas da seguinte forma, a começar da capa do dia 25 foi renomeada pela letra “A” e as seguintes pela ordem alfabética até a capa do dia 31 que foi demarcada com a letra “G”.

Os resultados obtidos foram:

CAPA “A” (25-08-08):



Figura 9. 25 de agosto de 2008

A primeira impressão é fácil perceber a diferença da diagramação das capas do Correio às capas da Folha de São Paulo. É apresentado um número maior de textos. A manchete ocupou a zona morta “3”. A foto com maior destaque tem início na zona óptica primária e preenche quatro colunas da página. No topo da página existe 3 boxes com chamadas de esportes, cultura e economia. Na zona terminal com um certo destaque foi destinado a publicidade.

Sobre a tipografia utilizada na página, diferentemente das capas do Correio Braziliense, para os títulos principais foram utilizados tipos da família romana com serifa e apenas em quatro títulos com menos destaque foram aplicados tipos da família lapidária sem serifa.

As cores utilizadas na manchete e nos textos foram predominantemente o preto e um pouco de azul. As fotos da capa apresentaram cores variadas. Nos boxes aplicados no topo da página existem variações de cores: nos dois primeiros foi utilizado um fundo preto e textos na cor branca aplicados sobre o fundo. No terceiro box é utilizada uma composição que proporciona uma harmonia a este quadro específico.

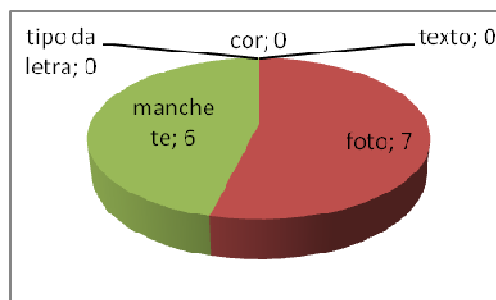
Dentre as 50 pessoas entrevistadas 13 pessoas escolheram esta capa, sendo que oito homens e cinco mulheres. Os motivos da escolha foram, sete pessoas pela foto e seis participantes da pesquisa pela manchete.

Quando questionados se comprariam o jornal por apenas ter gostado da capa nove participantes da pesquisa disseram que não e quatro responderam que sim.

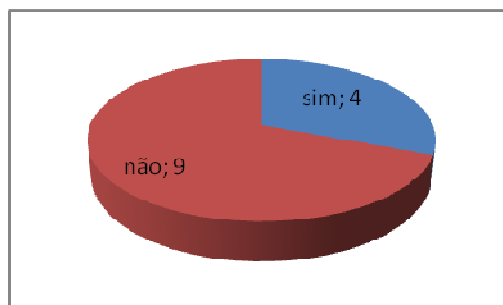
A respeito do último questionamento dez entrevistados opinaram que as capas dos jornais são feitas para obterem mais vendas e três discordaram.

A foto principal da página ocupou uma posição de destaque e conseguiu atrair sete participantes dos treze que optaram por esta capa. Os outros seis participantes optaram pela manchete como fator que influenciou na escolha.

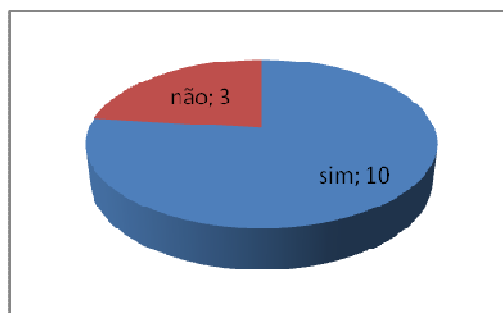
Seguem abaixo gráficos para a melhor visualização:



Resultados 2º pergunta do questionário



Resultados 3º pergunta do questionário



Resultados 4º pergunta do questionário

CAPA “B”:



Figura 10. 26 de agosto de 2008

Aqui a manchete é apresentada de forma centralizada no topo da página, com início na zona óptica primária e fim na zona morta “3”. Logo abaixo

é apresentado uma foto sobre a campanha presidencial nos EUA. Na parte inferior uma foto de uma ação da polícia, e mais uma vez a zona terminal da página ficou reservada a publicidade. E notável um volume de texto bem maior comparado as capas do Correio Braziliense.

A tipografia utilizada na página mais uma vez para os títulos principais foram utilizados tipos da família romana com serifa e apenas em quatro títulos com menos destaque foram aplicados tipos da família lapidária sem serifa.

Nesta página, para os textos a cor predominante foi o preto. Somente as fotos apresentaram cores variadas.

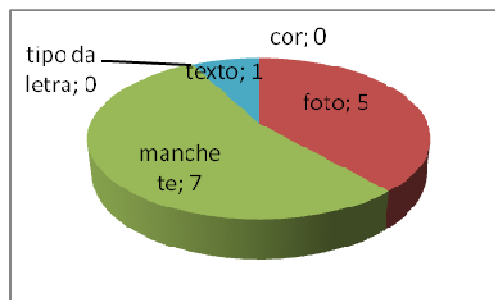
Dentre as 50 pessoas entrevistadas, 13 participantes escolheram esta capa, sendo que sete homens e seis mulheres. Os motivos da escolha foram, sete entrevistados pela manchete, cinco pessoas pela foto e apenas um participante pelo texto.

Quando questionados se comprariam o jornal por apenas ter gostado da capa oito participantes da pesquisa disseram que sim e cinco optaram que não.

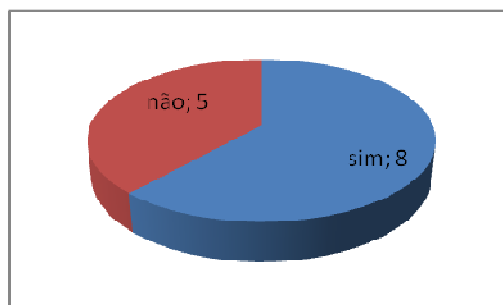
A respeito do último questionamento todos os entrevistados opinaram que as capas dos jornais são feitas para obterem mais vendas.

Nesta página dentre as trezes pessoas que a preferiram, a manchete foi o fator que mais influenciou na decisão dos participantes obtendo sete votos, seguido da foto com cinco votos e com apenas um voto o texto.

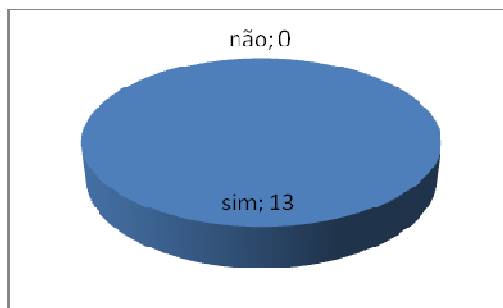
Seguem abaixo gráficos para a melhor visualização:



Resultados 2º pergunta do questionário



Resultados 3ª pergunta do questionário



Resultados 4ª pergunta do questionário

CAPA “C” :



Figura 11. 27 de agosto de 2008

A disposição dessa página é bem diferente das analisadas anteriormente. Aqui na zona óptica primária foi colocado uma pequena chamada sobre manifestações dos índios e na zona morta “3” é apresentada uma foto dos índios em direção ao congresso nacional. A manchete de maior destaque vem logo abaixo desta foto. Na parte inferior da capa aparece mais uma foto sobre as eleições presidenciais nos EUA e para não ser diferente a zona terminal foi reservada para publicidade.

A tipografia utilizada na página mais uma vez para os títulos principais foram utilizados tipos da família romana com serifa e apenas em quatro títulos com menos destaque foram aplicados tipos da família lapidária sem serifa.

Desta vez a página apresenta um pouco mais de cores em especial nos boxes localizados a esquerda da página, porém nenhuma cor do texto tenta traduzir a sensação que ele produz. Todos os títulos apresentam a cor preta.

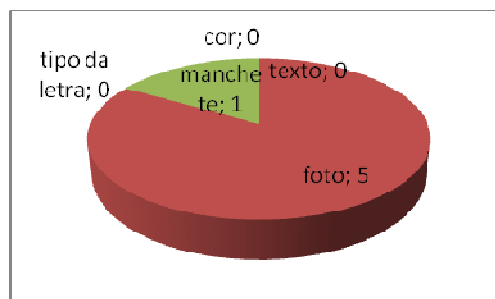
Dentre as 50 pessoas entrevistadas, 6 participantes escolheram esta capa, sendo que três mulheres e três homens. Os motivos da escolha foram, cinco entrevistados pela foto e apenas um participante pela manchete.

Quando questionados se comprariam o jornal por apenas ter gostado da capa cinco participantes da pesquisa disseram que não e uma pessoa respondeu que sim.

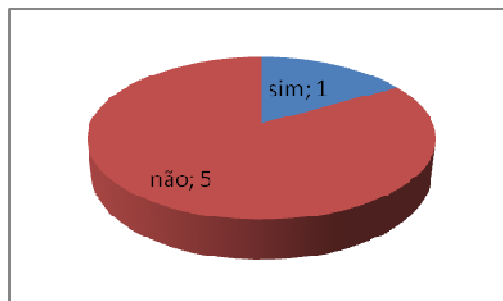
A respeito do último questionamento todos os entrevistados opinaram que as capas dos jornais são feitas para obterem mais vendas.

A foto dos índios em direção ao congresso despertou o interesse da maioria dos participantes que escolheram esta página. Das seis pessoas que optaram por esta capa cinco indicaram a foto como justificativa da escolha.

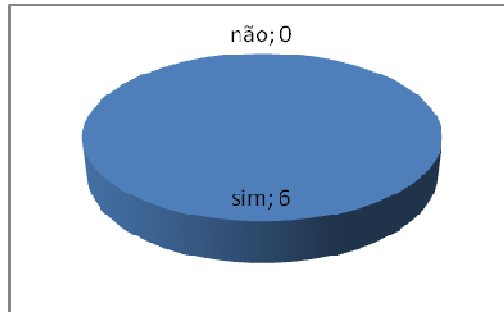
Seguem abaixo gráficos para a melhor visualização:



Resultados 2º pergunta do questionário



Resultados 3º pergunta do questionário



Resultados 4º pergunta do questionário

CAPA “D”:



Figura 12. 28 de agosto de 2008

Nesta página a manchete é apresentada de forma centralizada no topo da página, com início na zona óptica primária e fim na zona morta “3”. Logo abaixo ainda na zona óptica primária uma pequena foto com nota de falecimento. No meio da parte superior da página ocupando quatro colunas é apresentado a imagem de índios em um auditório fazendo relação com a manchete principal. Na parte inferior da página em uma zona intermediária é apresentada uma pequena foto. E na zona terminal da página fica mais uma vez destinado a publicidade.

A tipografia utilizada na página mais uma vez para os títulos principais foram utilizados tipos da família romana com serifa e apenas em quatro títulos com menos destaque foram aplicados tipos da família lapidária sem serifa.

A exemplo da capa analisada anteriormente, desta vez a página apresenta um pouco mais de cores, em especial nos boxes localizados a esquerda da página, porém nenhuma cor do texto tenta traduzir a sensação que ele produz. Todos os títulos apresentam a cor preta.

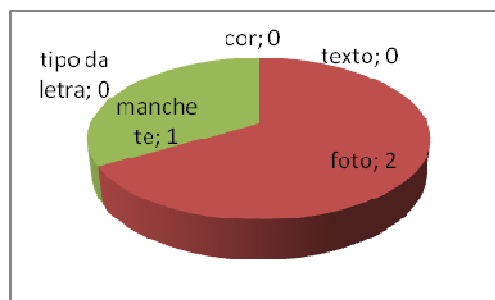
Dentre as 50 pessoas entrevistadas, 3 participantes escolheram esta capa, sendo que todos são do sexo feminino. Os motivos da escolha foram, dois entrevistados pela foto e um participante pela manchete.

Quando questionados se comprariam o jornal por apenas ter gostado da capa dois participantes da pesquisa disseram que não e apenas uma pessoa respondeu que compraria.

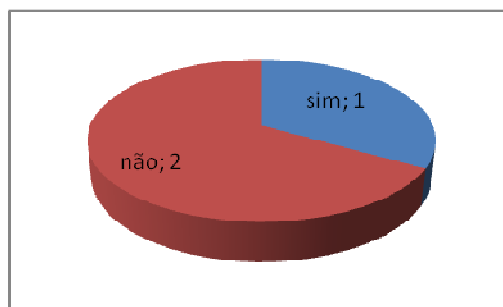
A respeito do último questionamento todos os entrevistados opinaram que as capas dos jornais são feitas para obterem mais vendas.

Mais uma vez o fator que mais influenciou na escolha da capa foi a foto que recebeu dois votos dos participantes da pesquisa.

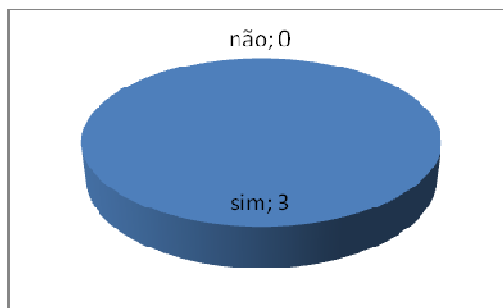
Seguem abaixo gráfico para a melhor visualização:



Resultados 2º pergunta do questionário



Resultados 3ª pergunta do questionário



Resultados 4ª pergunta do questionário

CAPA “E”:



Figura 13. 29 de agosto de 2008

No topo da página, mais precisamente na zona óptica primária, é apresentado um box com chamadas para caderno de cultura. Bem ao lado na zona morta “3” uma pequena foto com chamada para caderno de esporte. Aqui existe a tentativa de atrair o leitor para esta zona morta da página com imagem do esporte mais popular no Brasil, o futebol. Logo abaixo a manchete é apresentada de forma centralizada. Localizado na parte superior esquerda próxima a zona visual primária, encontra-se imagem de índios em momento de lazer. E fica caracterizado neste jornal um espaço dedicado exclusivamente a publicidade na zona terminal da página.

A tipografia utilizada na página mais uma vez para os títulos principais foram utilizados tipos da família romana com serifa e apenas em quatro títulos com menos destaque foram aplicados tipos da família lapidária sem serifa.

A cor predominante na página é o preto. Apenas nos boxes encontrados na página foram utilizadas variações de cores, porém nenhuma cor utilizada faz alusão ao conteúdo da matéria.

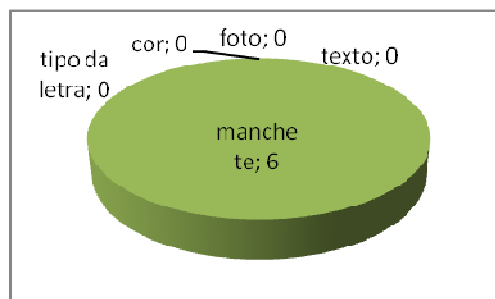
Dentre as 50 pessoas entrevistadas, 6 participantes escolheram esta capa, sendo que quatro mulheres e dois homens. Em relação aos motivos da escolha todos escolheram a manchete.

Quando questionados se comprariam o jornal por apenas ter gostado da capa, três participantes da pesquisa disseram que sim e três pessoas responderam que não.

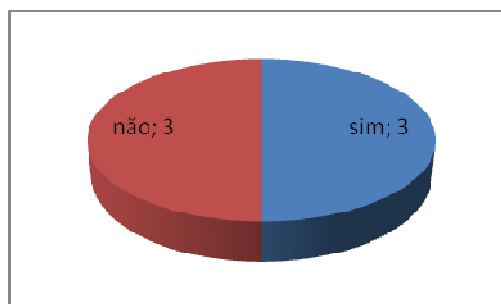
A respeito do último questionamento apenas um participante da entrevista respondeu que as capas dos jornais não são feitas para obterem mais vendas.

Nesta capa todas as decisões dos leitores foram influenciadas pela manchete que diz sobre proposta polêmica do governador do estado de São Paulo que pretende banir o cigarro na capital.

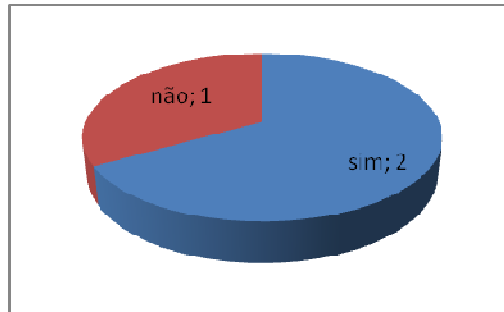
Seguem abaixo gráficos para a melhor visualização:



Resultados 2º pergunta do questionário



Resultados 3º pergunta do questionário



Resultados 4º pergunta do questionário

CAPA “F” :



Figura 14. 30 de agosto de 2008

Nesta página a manchete é apresentada de forma centralizada no topo da página, com início na zona óptica primária e fim na zona morta “3”. A manchete faz referência ao resultado das pesquisas para as eleições municipais. Logo abaixo da manchete no canto superior esquerdo ainda na zona visual primária é apresentado um gráfico das intenções de voto. Ainda na parte superior foi aplicado uma imagem sobre a campanha presidencial nos EUA. Com a mesma largura localizado logo abaixo desta imagem uma outra foto sobre fenômeno natural que aconteceu no dia anterior. Como não podia ser diferente a zona terminal da página mais uma vez ficou reservada a publicidade.

A tipografia utilizada na página mais uma vez para os títulos principais foram utilizados tipos da família romana com serifa e apenas em quatro títulos com menos destaque foram aplicados tipos da família lapidária sem serifa.

A cor predominante na página é o preto. Apenas nos boxes encontrados na página foram utilizadas variações de cores, porém nenhuma cor utilizada faz alusão ao conteúdo da matéria.

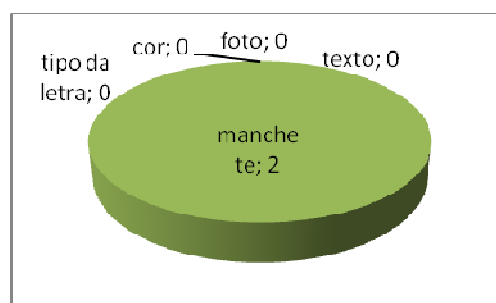
Dentre as 50 pessoas entrevistadas, 2 participantes escolheram esta capa, sendo que uma mulheres e um homem. Todos os participantes escolheram a capa por causa da manchete.

Quando questionados se comprariam o jornal por apenas ter gostado da capa, todos o dois responderam que não.

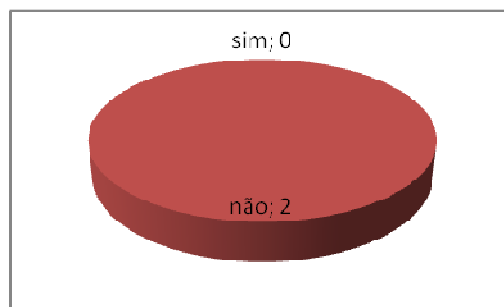
A respeito do último questionamento todos os entrevistados opinaram que as capas dos jornais são feitas para obterem mais vendas.

Nesta capa todas as decisões dos leitores foram influenciadas pela manchete que diz sobre o resultado da última pesquisa de intenções de votos para a campanha municipal.

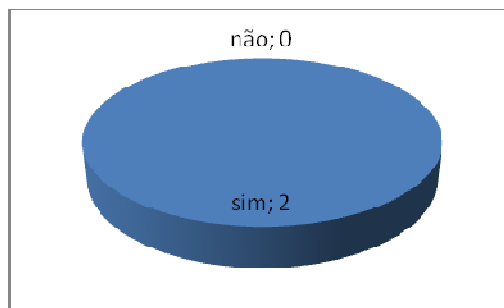
Seguem abaixo gráfico para a melhor visualização:



Resultados 2º pergunta do questionário



Resultados 3ª pergunta do questionário



Resultados 4ª pergunta do questionário

CAPA “G”:



Figura 15. 31 de agosto de 2008

Nesta capa foram apresentados cinco fotos. No topo da página dois boxes com chamadas para suplementos especiais do jornal. A manchete principal veio localizada na zona morta “3”. No centro da página foi aplicado uma foto de maior destaque com o presidente Lula em campanha com a candidata a prefeita de São Paulo, Marta Suplicy. Desta vez não só a zona terminal mais todo a base da página foi destinada à publicidade.

A tipografia utilizada na página mais uma vez para os títulos principais foram utilizados tipos da família romana com serifa e apenas em quatro títulos com menos destaque foram aplicados tipos da família lapidária sem serifa.

A cor predominante na página é o preto. Apenas nos boxes encontrados na página foram utilizadas variações de cores em tons de verde, porém nenhuma cor utilizada faz alusão ao conteúdo da matéria.

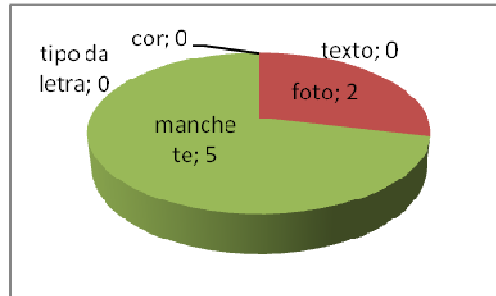
Dentre as 50 pessoas entrevistadas, 7 participantes da pesquisa escolheram esta capa, sendo que seis mulheres e um homem. Os motivos da escolha foram, cinco entrevistados pela manchete e duas pessoas pela foto.

Quando questionados se comprariam o jornal por apenas ter gostado da capa, quatro participantes da pesquisa disseram que não e três comprariam.

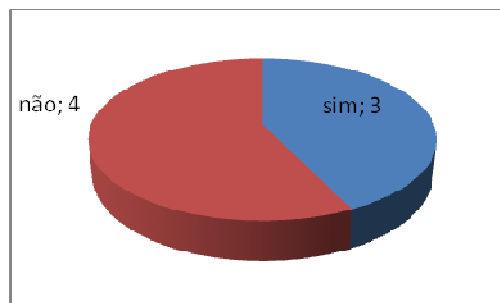
A respeito do último questionamento todos os entrevistados opinaram que as capas dos jornais são feitas para obterem mais vendas.

Mais uma vez o fator que foi determinante para a escolha da capa para os participante foi a manchete.

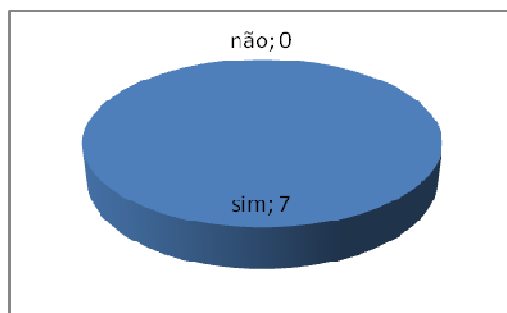
Seguem abaixo gráficos para a melhor visualização:



Resultados 2º pergunta do questionário



Resultados 3º pergunta do questionário



Resultados 4º pergunta do questionário

5. CONCLUSÕES

As capas dos jornais são como embalagens de produtos que ficam nas prateleiras, no entanto é necessário um cuidado especial na produção destas. É claro que apenas um bom acabamento e uma boa diagramação realizada na capa não são suficientes para despertar a atenção do público-leitor.

Através do embasamento teórico que destaca a importância de conhecer cada elemento pertencente a um impresso e que esses devem ser bem combinados e escolhidos, pois são capazes de gerar grande influência sobre os leitores, por isso é necessário uma apresentação gráfica que seja atraente aos olhos desses leitores.

Comprovou-se através deste trabalho que não só a escolha de uma boa foto ou a disposição da página é capaz de atrair os leitores. Através do questionário realizado obteve-se um resultado de que a grande maioria das pessoas entrevistadas optaram pela manchete como aspecto de maior atratividade nas capas selecionadas, porém um outro fator que influenciou na escolha foi a foto. Das quatorze capas analisadas, nove foram escolhidas pelos participantes como fator que mais influenciou na decisão as manchetes. Do Correio Braziliense de 7 capas analisadas 5 foram escolhidas pela manchete e 2 foram selecionadas pela foto como justificativa. Na Folha de São Paulo de 7 capas 4 foram escolhidas pela manchete e 3 optaram pela foto como fator que influenciou na escolha.

Conclui que o planejamento gráfico por si só não é significativo a ponto de tornar a percepção do leitor diferente. Conteúdos que vão de encontro ao interesse do leitor têm maior poder de atração para o público.

Nos dias atuais, com o avanço das tecnologias e a internet que a cada dia mais pertence a nossa rotina diária, os leitores estão a procura de conteúdo e informações precisas. Por isso além de apresentar imagens que vão de encontro ao interesse das pessoas é necessário também produzir informações que despertem o interesse desses leitores; notícias que fazem parte do seu cotidiano, como por exemplo em uma capa do Correio Braziliense que possui a manchete sobre novas vagas em concurso público, todos os participantes que escolheram esta capa justificaram como motivo da escolha a manchete.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BRINGHURST, Robert. *Elementos do estilo tipográfico*. 3. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CALDAS, Álvaro (Org.). *Deu no jornal*. São Paulo: Edições Loyola, 2002.

COLLARO, Antonio Celso. *Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação*. 4. ed. São Paulo: 2000.

PEDROSA, Israel. *Da cor à cor inexistente*. 8. ed. Rio de Janeiro: Leó Christiano Editorial, 2003.

RIBEIRO, Milton. *Planejamento visual gráfico*. 8. ed. Brasília: LGE Editora, 2003.

SANTAELLA, Lucia. *Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado*. São Paulo: Hacker Editores, 2001.